

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, PERSEPSI
KUALITAS, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUASAN
KONSUMEN DI KALANGAN GEN-Z (STUDI PADA *DIGITAL
OUT OF HOME ADVERTISING: MOBILE LED*)**

MUHAMMAD DHAFIN SYAH

1707620073



**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta**

PROGRAM STUDI S1 PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2024

***THE INFLUENCE OF BRAND TRUST, PERCEIVED QUALITY,
AND PROMOTION ON PURCHASE DECISIONS AND ITS
IMPACT ON CUSTOMER SATISFACTION AMONG GEN Z
(STUDY ON DIGITAL OUT OF HOME ADVERTISING: MOBILE
LED)***

MUHAMMAD DHAFIN SYAH

1707620073



This thesis was prepared to fulfill one of the requirements to obtain a Bachelor of Education Degree at the Faculty of Economics State University of Jakarta

BUSINESS EDUCATION STUDIES PROGRAM

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2024

ABSTRAK

Muhammad Dhafin Syah, Pengaruh Kepercayaan Merek, Persepsi Kualitas, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen di Kalangan Gen-Z (Studi Pada Digital Out of Home Advertising Mobile Led, Skripsi, Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, 2023

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan pengetahuan baru dan menganalisis pengaruh kepercayaan merek, persepsi kualitas, dan promosi terhadap keputusan pembelian serta dampaknya terhadap kepuasan pelanggan pada *digital out of home mobile led* di kalangan Gen Z. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survei melalui kuesioner yang disebar secara online, dengan populasi yang digunakan adalah generasi Z yang berdomisili di DKI Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 200 responden. Teknik analisis yang digunakan untuk mengolah data yang terkumpul adalah uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan software SmartPLS dan pengujian hipotesis menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dengan software SmartPLS. Hasil penelitian menyebutkan bahwa variabel Kepercayaan merek tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, variabel persepsi kualitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel promosi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel kepercayaan merek memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, variabel persepsi kualitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, variabel promosi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan variabel keputusan pembelian memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

Kata kunci: *digital out of home, mobile led*, kepercayaan merek, persepsi kualitas, promosi, keputusan pembelian, kepuasan konsumen

ABSTRACT

Muhammad Dhafin Syah, The Influence Of Brand Trust, Perceived Quality, And Promotion On Purchase Decisions And Its Impact On Customer Satisfaction Among Gen Z (Study On Digital Out Of Home Advertising: Mobile Led), Skripsi Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, 2024

This research aims to gain new knowledge and analyze the influence of brand trust, perceived quality, and promotion on purchasing decisions as well as their impact on customer satisfaction with digital out of home mobile led among Gen Z. This type of research is quantitative research using survey methods via questionnaires which is distributed online, with the population used being generation Z who live in DKI Jakarta. The sampling technique used in this research was a purposive sampling technique with a sample size of 200 respondents. The analysis technique used to process the collected data is validity and reliability testing using SmartPLS software and hypothesis testing using Structural Equation Modeling (SEM) with SmartPLS software. The research results show that the brand trust variable does not have a positive and significant influence on purchasing decisions, the quality perception variable has a positive and significant influence on purchasing decisions, the promotion variable has a positive and significant influence on purchasing decisions, the brand trust variable has a positive influence and significant on consumer satisfaction, the quality perception variable has a positive and significant influence on consumer satisfaction, the promotion variable has a positive and significant influence on consumer satisfaction, and the purchasing decision variable has a positive and significant influence on consumer satisfaction

Keyword: *Brand trust, perceived quality, promotions, purchase decision, customer satisfaction*

LEMBAR PERSETUJUAN



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI
Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung M, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227, Surel fe@unj.ac.id - www.fe.unj.ac.id

SURAT PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Kami, yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dr. Osly Usman, M.Bus
NIP/NIDK : 197401152008011008
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing I

Nama : Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A
NIP/NIDK : 199111022022032013
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing II

Memberikan persetujuan kepada mahasiswa di bawah ini:

Nama : Muhammad Dhafin Syah
No. Registrasi : 1707620073
Program Studi : S1 Pendidikan Bisnis
Judul Proposal Penelitian : Pengaruh Kepercayaan Merek, Persepsi Kualitas, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen di Kalangan Gen-Z (Studi Pada Digital Out of Home Advertising: Mobile Led)

Untuk Mengikuti Sidang Skripsi.

Jakarta, 12 Juli 2024

Dosen Pembimbing I

Dr. Osly Usman, M.Bus
197401152008011008

Dosen Pembimbing II

Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A
199111022022032013


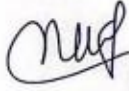



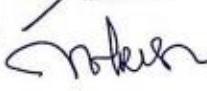
Mengetahui,
Koord. Program Studi Pendidikan Bisnis

Nadya Fadillah Fidhyallah, S.Pd., M.Pd
NIP. 199302202019032022

Keterangan:

1. Formulir harus diketik
2. Tanda tangan harus asli

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi  Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D. ^σ NIP. 197002122008121001			
No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Nadya Fadillah Fidhyallah, S.Pd., M.Pd NIP. 199302202019032022 (Ketua Sidang)		22 Juli 2024
2.	Daru Putri Kusumaningtyas, S.E., M.Han NIP. 199504122023212041 (Penguji 1)		22 Juli 2024
3.	Rizka Zakiah, M.Pd NIP. 199401182023212040 (Penguji 2)		22 Juli 2024
4.	Dr. Osly Usman, M. Bus NIP. 197401152008011008 (Pembimbing 1)		22 Juli 2024
5.	Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A NIP. 199111022022032013 (Pembimbing 2)		22 Juli 2024
Nama	: Muhammad Dhafin Syah		
No. Registrasi	: 1707620073		
Program Studi	: S1 Pendidikan Bisnis		
Tanggal Lulus	: 19 Juli 2024		

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI
Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung M, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227, Surat Elektronik fe@unj.ac.id
[Laman fe.unj.ac.id](http://Laman.fe.unj.ac.id)

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini :

1. Nama : Muhammad Dhafin Syah
2. No. Registrasi : 1707620073
3. Program Studi : S1 Pendidikan Bisnis

Menerangkan menulis Skripsi dengan judul :

Pengaruh *Brand Trust*, *Perceived Quality*, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian serta Dampaknya pada Kepuasan Konsumen di Kalangan Gen Z (Studi pada *Digital Out Of Home Advertising: Mobile LED*).

Dosen Pembimbing Skripsi yang diajukan :

Pembimbing Pertama :		Pembimbing Kedua:	
Nama	: Dr. Osly Usman, M.Bus	Nama	: Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A
NIP	: 197401152008011008	NIP	: 199111022022032013
Golongan	: III/D	Golongan	: III/B
Tanda Tangan	:	Tanda Tangan	:

Menyetujui
Koordinator Prodi Pendidikan Bisnis

Nadva Fadillah Fidhyallah, S.Pd., M.Pd
NIP. 199302202019032022

Jakarta, 15 Mei 2024
Mahasiswa Ybs,

Muhammad Dhafin Syah
No.Reg. 1707620073

Catatan:
• Diketik rangkap dua (Program Studi, dan Ybs)

PERYANTAAAN BEBAS PLAGIAT

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Dengan ini, saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 1 Agustus 2024

Yang membuat pernyataan



Muhammad Dhafin Syah

NIM. 1707620073

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Muhammad Dhafin Syah
NIM : 1707620073
Fakultas/Prodi : Ekonomi/S1 Pendidikan Bisnis
Alamat email : dhafinsyah9@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, PERSEPSI KUALITAS, DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUASAN KONSUMEN DI
KALANGAN GEN-Z (STUDI PADA *DIGITAL OUT OF HOME ADVERTISING: MOBILE LED*)**

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 2 Agustus 2024

Penulis

(Muhammad Dhafin Syah)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur praktikan panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan tugas akhir atau skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kepercayaan Merek, Persepsi Kualitas, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian serta Dampaknya pada Kepuasan Pelanggan di Kalangan Generasi Z (Studi pada *Digital Out of Home Advertising: Mobile Led*)”**. Naskah skripsi ini merupakan salah satu syarat kelulusan dalam menyelesaikan jenjang sarjana pada Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam proses penyusunan skripsi, banyak kendala dan hambatan yang dialami oleh penulis, namun terdapat pihak-pihak yang memberikan dukungan serta bimbingan kepada penulis agar mampu menyelesaikan amanah ini sebaik mungkin hingga akhir. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Usep Suhud, M.Si, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Ibu Nadya Fadillah F, S.Pd., M.Pd selaku Koordinator Program Studi S1 Pendidikan Bisnis.
3. Bapak Dr. Osly Usman, M. Bus selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan serta masukan kepada penulis pada proses penyusunan skripsi.

4. Ibu Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A selaku Dosen Pembimbing II yang senantiasa memberikan bimbingan, arahan, serta saran dan masukan kepada penulis pada proses penyusunan skripsi.
5. Seluruh dosen Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah banyak memberikan ilmu yang bermanfaat.
6. Seluruh anggota keluarga, terkhusus lagi kepada Mamih, Ayah, dan Andek yang selalu memberikan semangat, doa, serta dukungan kepada penulis.
7. Teman-teman seperjuangan angkatan 2020 terkhusus Nabilah Afifah Rasya, Siska Amelia Putri, Salma Putri Yulizar, Putri Silvana Dirgantari, Misykatul Adawiyah, Siti Sarah Nurul Ilmi, Rifqi Raihandhika, Yazid Naufal, Rico Ramanda, dan Arman Rafi Muhamad yang selalu menemani dan memberi semangat sejak semester awal hingga akhir.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kesalahan dan kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis berharap kepada pembaca dapat memberikan saran dan kritik yang membangun untuk digunakan di masa mendatang. Diharapkan skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan dampak yang positif.

Terimakasih

Jakarta, 22 Mei 2024

Penulis

Muhammad Dhafin Syah

NIM. 1707620073

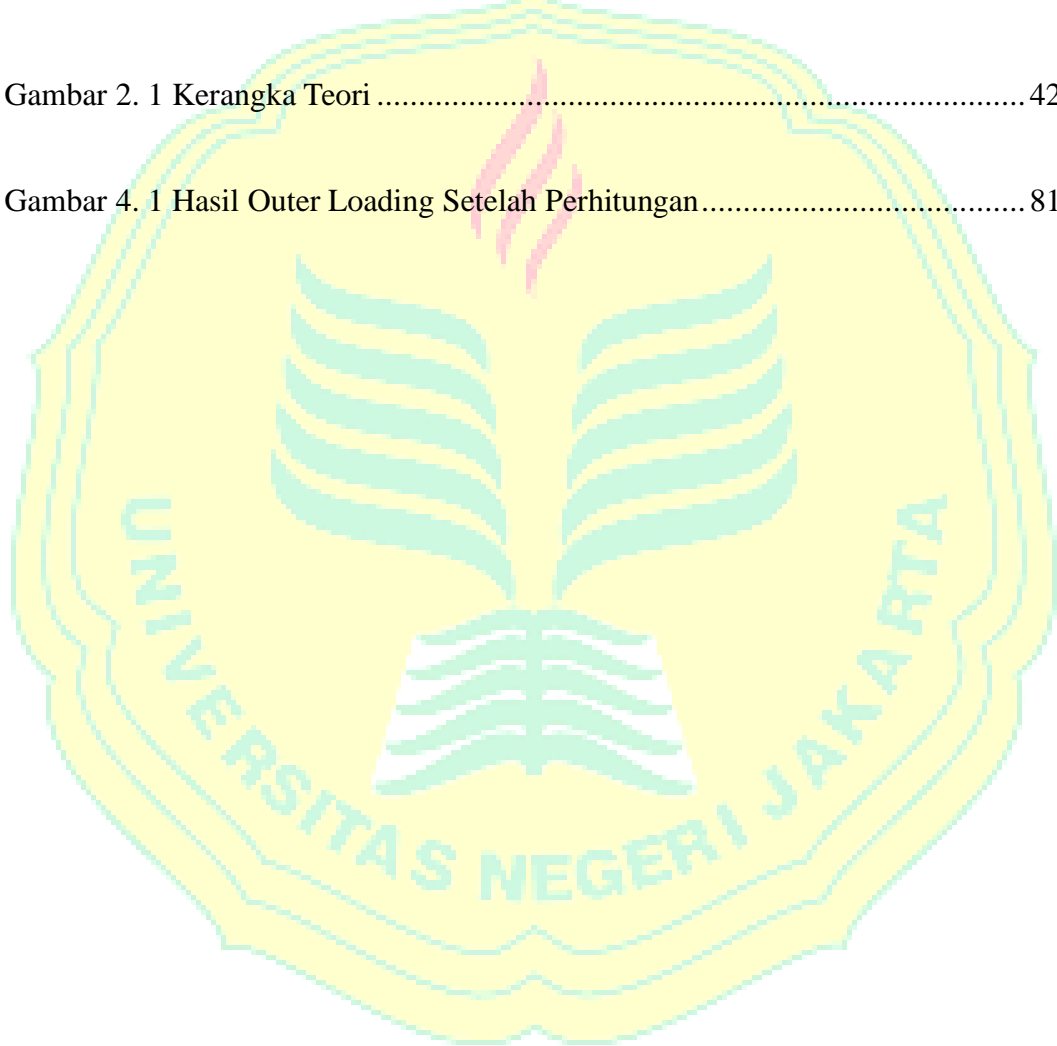
DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	v
PERYANTAAAN BEBAS PLAGIAT.....	vi
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Pertanyaan Penelitian	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	14
A. Teori Pendukung	14
B. Kerangka Teoritik dan Pengembangan Hipotesis	33

C. Hipotesis penelitian	42
BAB III METODE PENELITIAN	44
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	44
B. Desain Penelitian.....	45
C. Populasi dan Sampel	45
D. Pengembangan instrumen.....	48
E. Teknik Pengumpulan Data.....	53
F. Teknik Analisis Data	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	60
A. Deskripsi Data.....	60
B. Hasil.....	79
C. Pembahasan	89
BAB V PENUTUP	98
A. Kesimpulan	98
B. Implikasi	101
C. Keterbatasan Penelitian	104
D. Saran bagi Penelitian Selanjutnya.....	105
DAFTAR PUSTAKA.....	106
LAMPIRAN	117

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Dampak Penggunaan Platform Digital Menurut Responden UMKM 3	
Gambar 1. 2 Mobile LED Head in The Cloud	5
Gambar 2. 1 Kerangka Teori	42
Gambar 4. 1 Hasil Outer Loading Setelah Perhitungan.....	81



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Matriks Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3. 1 Instrumen Indikator	48
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Usia	60
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan	61
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	62
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Domisili.....	63
Tabel 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan	63
Tabel 4. 6 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 4. 7 Data Deskriptif Kepercayaan Merek	65
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan Merek	67
Tabel 4. 9 Data Deskriptif Persepsi Kualitas.....	68
Tabel 4. 10 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Kualitas	70
Tabel 4. 11 Data Deskriptif Promosi.....	71
Tabel 4. 12 Analisis Deskriptif Variabel Promosi.....	72

Tabel 4. 13 Data Deskriptif Keputusan Pembelian.....	74
Tabel 4. 14 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	75
Tabel 4. 15 Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan Konsumen.....	78
Tabel 4. 16 Uji <i>Convergent Validity</i>	79
Tabel 4. 17 Hasil <i>Cross Loading</i>	82
Tabel 4. 18 Nilai R-Square.....	84
Tabel 4. 19 Hasil Uji Variance Inflation Factors (VIF).....	85
Tabel 4. 20 Hasil <i>Cronbach's Alpha</i>	86
Tabel 4. 21 Hasil Path Coefficient.....	87
Tabel 4. 22 Hasil Specific Indirect Effect	88
Tabel 4. 23 Hasil Uji Hipotesis.....	89

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kartu Konsultasi Pembimbingan Penulisan Skripsi	116
Lampiran 2 Kartu Kuesioner Penelitian.....	118
Lampiran 3 Lembar Perbaikan SUP	125
Lampiran 4 Lembar Konsultasi	126
Lampiran 5 Hasil Turnitin.....	127
Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup	128

